

Penggunaan *Economic Value Added* Sebagai Kriteria dalam Penerapan *Creating Shared Value*

Elfina Astrella Sambuaga*

* Universitas Pelita Harapan

Program Studi Akuntansi

MH Thamrin Boulevard, Lippo Karawaci, Banten 15811, Indonesia

E-mail: elfina.sambuaga@uph.edu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-nilai *Creating Shared Value* yang ada pada perusahaan yang memiliki nilai *Economic Value*, serta memahami peran penerapan *Creating Shared Value* sebagai strategi perusahaan, dan mengidentifikasi dampak penerapan *Creating Shared Value* bagi perusahaan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 213 perusahaan yang bergerak pada sektor pertanian, pertambangan, serta manufaktur yang tidak termasuk ke dalam subsektor industri lainnya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi perhitungan *Economic Value Added* bertujuan untuk mengetahui keberadaan nilai tambah ekonomi yang didapatkan oleh perusahaan melalui kegiatannya, kemudian menganalisis keberadaan nilai *Creating Shared Value* dengan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan sesuai dengan pedoman penerapan *Creating Shared Value*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat korelasi positif antara penerapan *Creating Shared Value* dan nilai *Economic Value Added*. Hal ini dibuktikan dengan perusahaan yang memiliki nilai *Economic Value Added* positif cenderung menerapkan *Creating Shared Value* sebagai bentuk strategi perusahaan.

Kata kunci: *Economic Value Added, Creating Shared Value, Sustainability Report*

Abstract

This study aims to analyze the values of Creating Shared Value that exist in companies that have Economic Value values, as well as understand the role of the application of Creating Shared Value as a corporate strategy and identify the impact of the application of Creating Shared Value for the company. The population in this study amounted to 213 companies engaged in the agriculture, mining and manufacturing sectors which are not included in other industrial subsectors. The analytical method used in this study includes the calculation of Economic Value Added aims to determine the existence of economic added value obtained by the company through its activities, then analyze the existence of the value of Creating Shared Value by identifying the activities carried out by the company in accordance with the guidelines for creating Shared Value. Based on the results obtained, there is a positive correlation between the application of Creating Shared Value and the value of Economic Value Added. This is evidenced by companies that have positive Economic Value Added, that tend to apply Creating Shared Value as a form of corporate strategy.

Keywords: *Economic Value Added, Creating Shared Value, Sustainability Report*

1. Pendahuluan

Pada konsep *Triple Bottom Line*, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), melainkan juga memiliki kepedulian terhadap

kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Hal ini diwujudkan oleh perusahaan melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat.

Sulistiyawati, Surjanti & Triyani (2016) menyatakan bahwa meskipun secara umum tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan, namun perusahaan akan terus berhubungan dari masyarakat selaku *stakeholder*, serta berkomitmen untuk memberikan keseimbangan perhatian baik kepada aspek ekonomi masyarakat maupun aspek sosial dan lingkungannya.

Namun, dengan semakin meningkatnya persaingan dalam dunia usaha, perusahaan menyadari bahwa *CSR* yang telah dilakukan seharusnya tidak hanya terbatas pada upaya untuk menjaga reputasi ataupun memberikan donasi kepada masyarakat semata, tetapi juga harus dapat menciptakan ekonomi yang berkesinambungan dengan adanya keterlibatan masyarakat sebagai *stakeholder* dalam kegiatan usahanya. Konsep *CSR* mulai dikembangkan menjadi konsep *Creating Shared Value (CSV)* yang dianggap lebih menguntungkan bagi perusahaan maupun masyarakat. Michael E. Porter dan Mark R. Kramer mempublikasikan pertama kali pada artikel *Harvard Business Review* pada tahun 2006. *CSV* merupakan suatu strategi bisnis yang menekankan pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai ekonomi (*economic value*) dan nilai sosial (*social value*) secara bersama-sama, tanpa salah satu diutamakan atau dikesampingkan (Yoga, Sunaryo & Wardani, 2018). Dengan adanya konsep *CSV*, maka setiap kegiatan yang tercakup dalam strategi perusahaan diharapkan akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat baik nilai ekonomi maupun nilai sosial.

Faktor ekonomi atau keuangan merupakan suatu faktor yang penting untuk menentukan keberlanjutan suatu usaha. Konsep nilai tambah ekonomi (*Economic Value Added*) telah diperkenalkan terlebih dahulu pada tahun 1991 dan mulai menjadi perhatian dalam pengukuran kinerja suatu perusahaan. Menurut Ratnawati dan Sinarjadi (2015), *Economic Value Added* atau Nilai Tambah Ekonomi (NITAMI) dapat dihasilkan dari aktivitas atau strategi manajemen. Dengan adanya nilai *Economic Value Added* yang positif mengindikasikan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena tingkat penghasilan yang dihasilkan

lebih tinggi dari tingkat biaya modal perusahaan. *Economic Value Added* diharapkan dapat memberikan hasil perhitungan pada upaya penciptaan nilai perusahaan yang lebih realistis dan akurat. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsep nilai tambah ekonomi atau *Economic Value Added* adalah suatu konsep yang berfokus pada penilaian penciptaan nilai perusahaan yang terbatas pada data keuangan.

Berdasarkan penelitian Yoga, Sunaryo & Wardani (2018) pada implementasi *CSV* PT. Nestle Indonesia Panjang *Factory*, perusahaan melakukan strategi melalui pemberdayaan petani kopi yang berfokus pada pembinaan petani kopi untuk meningkatkan produktivitas para petani dan kualitas kopi yang pada akhirnya akan digunakan sebagai bahan baku bagi produksi perusahaan serta pembentukan Kelompok Usaha Bersama yang mencakup lebih dari 100 petani kopi yang akan meningkatkan kesejahteraan para petani tersebut. Dalam hal ini, perusahaan telah memperoleh suatu nilai tambah yaitu penyediaan bahan baku produksi dan juga telah memberikan nilai tambah kepada masyarakat berupa penciptaan kesempatan usaha. Dengan kata lain, *CSV* berupaya untuk dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi perusahaan dalam berbagai aspek.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari adanya korelasi antara nilai *EVA* dengan penerapan *CSV* pada suatu perusahaan melalui perhitungan nilai *EVA* sebagai indikator yang menandakan adanya nilai tambah secara ekonomi serta mempertimbangkan melalui analisis berdasarkan kriteria *CSV* yang telah dicetuskan oleh Michael E. Porter pada 2006 terkait dengan keberadaan penerapan *CSV* dari suatu perusahaan. Dengan demikian, adanya korelasi antara *EVA* dan *CSV* dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen, sejauh mana perusahaannya dapat menghasilkan nilai tambah yang memiliki unsur penciptaan nilai bagi perusahaan, sehingga dalam menentukan strategi, perusahaan dapat mempertimbangkan penciptaan nilai yang juga dapat menjadi nilai tambah ekonomi.

2. Kajian Literatur

Menurut Schulz dan Flanigan (2016), model *Triple Bottom Line* adalah sebuah kerangka kerja yang

bertujuan mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada keberlanjutan dalam jangka panjang, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa ketika perusahaan menambahkan komponen sosial dan lingkungan kepada penilaian keberhasilan mereka, maka faktor-faktor ini sering tergeser oleh adanya dimensi keuangan perusahaan. Sebuah studi oleh Schulz dan Flanigan (2016) menyatakan bahwa 45 % dari pemimpin perusahaan yang disurvei telah menyadari keberadaan konsep *Triple Bottom Line*. Dimana para pemimpin perusahaan menyatakan bahwa hambatan terbesar yang harus diatasi ketika menerapkan konsep *triple bottom line* adalah kurangnya pemahaman anggota perusahaan terkait dengan konsep tersebut. Terlepas dari sentimen publik terhadap tanggung jawab lingkungan dan sosial, aspek keuangan cenderung menjadi prioritas pada sebagian besar perusahaan dan dukungan perusahaan terhadap lingkungannya cenderung diabaikan.

Seperti yang telah dijabarkan dalam konsep *Triple Bottom Line*, kunci keberlanjutan perusahaan bukan hanya faktor ekonomi tetapi juga faktor lingkungan dan sosialnya. Perusahaan beroperasi melalui berbagai interaksi dengan para pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, dan pemasok. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk mewujudkan penerapan *Triple Bottom Line* melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial (CSR).

Penerapan CSR di Indonesia salah satunya diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Menurut Pasal 1 ayat 3 UUPT, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan sebuah komitmen perseroan untuk terlibat dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang nantinya dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang dapat bermanfaat bagi semua pihak, yaitu perusahaan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Yoga, Sunaryo & Wardani 2018).

Economic Value Added merupakan suatu konsep pengukuran kinerja keuangan perusahaan yang dikembangkan pertama kali oleh G. Bennet Stewart & Joel M. Stren pada tahun 1991. Di Indonesia

metode EVA dikenal dengan istilah NITAMI (Nilai Tambah Ekonomi). Menurut Soewito dan Kusumawati (2017), EVA tidak hanya mengukur laba ekonomi melainkan penciptaan nilai tambah yang dihasilkan perusahaan. EVA mengukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, dimana perusahaan dikatakan berhasil apabila menghasilkan nilai positif. Dengan melakukan klasifikasi awal menggunakan EVA, penelitian ini mencoba melakukan analisis mendalam tentang hubungan antara angka yang tercermin dalam EVA dengan tindakan dan strategi manajemen yang berfokus pada identifikasi dan hubungan yang luas antara kemasyarakatan dan kemajuan ekonomi, serta kemampuan perusahaan dalam mengatasi masalah sosial yang bersinggungan dengan bisnis (Scagneli dan Cizi, 2014).

EVA memberikan dorongan kepada manajemen agar lebih fokus pada aktivitas perusahaan yang dapat menambah nilai perusahaan, dengan mengurangi aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah, sehingga operasional perusahaan menjadi lebih baik. EVA dapat meminimalkan tingkat biaya modal dan memaksimalkan tingkat pengembalian, sehingga nilai perusahaan dapat dimaksimalkan (Soewito & Kusumawati, 2017). Kebutuhan masyarakat termasuk dampak lingkungan, penggunaan energi dan air, kesehatan karyawan, aksesibilitas dan kelayakan pasokan dapat juga menghasilkan bagi produktivitas perusahaan. Hasil Sihalohe, Tarigan & Supitriyani (2017) menunjukkan EVA sebagai pengukuran kinerja yang akan memberikan arah bagi manajemen untuk mengambil kebijakan dan strategi yang dapat menciptakan nilai tambah secara ekonomis. *Economic Value Added* (EVA) dalam keadaan baik jika diatas 0, berarti perusahaan berhasil dalam menciptakan nilai tambah. Untuk mempertahankan kondisi ini, terdapat beberapa cara untuk mempertahankan EVA yaitu (1) meningkatkan keuntungan (*profit*) tanpa menambah modal yang ada. Manajemen harus terus berupaya meningkatkan laba usaha yang diperoleh; (2) mengurangi pemakaian modal; (3) melakukan

investasi pada proyek-proyek dengan tingkat pengembalian yang tinggi Manajemen harus memilih di antara sejumlah alternatif investasi yang ada, yaitu investasi yang dapat memberikan tingkat pengembalian yang paling tinggi.

Economic Value Added juga digunakan sebagai ukuran kinerja perusahaan yang lebih baik untuk memotivasi dan mendidik karyawan sehingga dapat membedakan antara kegiatan yang menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan perusahaan yang tidak memberikan nilai tambah. *Economic Value Added* berkorelasi positif dengan *Market Value Added* dan merupakan ukuran yang berguna untuk mengevaluasi kinerja perusahaan (Shah, Haldar & Rao, 2015). Sehingga dapat dikatakan bahwa metode *Economic Value Added* menghasilkan pengukuran yang lebih efektif tentang nilai tambah yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Para investor perlu mempertimbangkan nilai EVA perusahaan sebelum melakukan keputusan investasi (Anshory & Fitriana, 2018).

Hsiao dan Chuang (2015), menyatakan bahwa dengan menghubungkan upaya pencapaian kesuksesan perusahaan yang lebih baik melalui peningkatan sosial, CSV melayani kebutuhan baru, meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya, menciptakan diferensiasi, dan memperluas pasar yang mungkin diraih oleh perusahaan. Sesuai dengan definisi yang diberikan oleh Porter dan Kramer, konsep CSV dikatakan tidak sama dengan tanggung jawab sosial atau filantropi, tetapi merupakan cara baru untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Melalui penggunaan pendekatan baru, penciptaan nilai bersama yang dibutuhkan masyarakat, tidak selalu meningkatkan biaya untuk perusahaan tetapi juga dapat memperluas produktivitas dan pasar. Moore (2014) mengidentifikasi perbedaan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Creating Shared Value* dimana perbedaan yang mendasar terletak pada bagaimana *Corporate Social Responsibility* berfokus pada melakukan sesuatu yang terpisah dari bisnis sedangkan *Creating Shared Value* berupaya untuk

mengintegrasikan dampak sosial dan lingkungan ke dalam bisnis dan menggunakan integrasi tersebut untuk mendorong nilai ekonomi.

Dongmin et al. (2014) mengungkapkan bahwa *Creating Shared Value* memungkinkan penciptaan nilai-nilai sosial dan bisnis secara bersamaan. Berbeda dengan *Corporate Social Responsibility*, *Creating Shared Value* berupaya meningkatkan dan menggunakan kompetensi inti perusahaan untuk menciptakan nilai bersama. Penelitian ini menemukan bahwa pada masyarakat Korea terjadi peningkatan tuntutan terhadap perusahaan untuk menerapkan strategi dengan mempertimbangkan para pemangku kepentingan. Adanya penerapan strategi *Corporate Social Responsibility* hanya tuntutan sosial yang terpenuhi sehingga secara bertahap mengubah strategi perusahaan menjadi *Creating Shared Value*.

Awale and Rowlinson (2014) berpendapat bahwa konsep *Creating Shared Value* dalam mengembangkan pendekatan bisnis baru yang fundamental untuk menghasilkan nilai bagi masyarakat dan perusahaan, sehingga memperkuat profitabilitas dan daya saing perusahaan. Konsep *Creating Shared Value* dapat mengubah masalah sosial menjadi peluang bisnis. Seperti melakukan perbaikan dalam masalah sosial termasuk peningkatan kesehatan dan keselamatan, peningkatan pendidikan, mengurangi penggunaan energi, air dan bahan mentah, serta peningkatan keterampilan dan kompetensi kerja. Oleh karena itu, konsep *Creating Shared Value* akan menciptakan situasi yang saling menguntungkan baik bagi masyarakat maupun bisnis perusahaan.

Senevirathna (2018) mendapati CSV sebagai suatu solusi yang saling menguntungkan bagi pihak-pihak yang terlibat. Adanya inovasi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan posisi kompetitif dan kondisi masyarakat di komunitasnya (Lichtenthaler, 2017). Konsep inovasi nilai bersama dapat berfungsi sebagai langkah pertama dalam penerapan penciptaan nilai bersama (*Creating Shared Value*).

3. Metode Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah nilai *Economic Value Added* serta *Sustainability Report*

yang diterbitkan oleh perusahaan sektor pertambangan, pertanian, dan manufaktur di tahun 2018 dimana didalamnya akan memuat tanggung jawab sosial perusahaan bahkan penerapan penciptaan nilai bersama yang dilakukan oleh perusahaan.

Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* pada perusahaan sektor pertanian, pertambangan, manufaktur, dan subsektor industri lainnya. Pemilihan sektor ini dilakukan untuk mengetahui keragaman nilai yang diciptakan perusahaan pada sektor-sektor yang berperan terhadap perkembangan perekonomian Indonesia. Perusahaan yang dipilih haruslah menerbitkan *Sustainability Report*, menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya, dan yang tidak mengalami kerugian. Terpilihlah 15 perusahaan berdasarkan kriteria ini.

Peneliti kemudian melakukan perhitungan *EVA*, dan didapati 10 perusahaan yang memiliki *EVA* positif sebagaimana pada Tabel 2. Perhitungan *EVA* yang bertujuan untuk mengetahui keberadaan nilai tambah ekonomi yang didapatkan oleh perusahaan melalui kegiatannya. *EVA* digunakan sebagai salah satu kriteria untuk melihat apakah suatu perusahaan memiliki nilai *EVA* yang positif juga akan memiliki konsep CSV pada kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Nilai *EVA* yang positif menunjukkan adanya penciptaan nilai (*value creation*) atau bahwa tingkat pengembalian yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan melebihi tingkat biaya modal atau tingkat pengendalian yang diinginkan oleh investor.

Menurut Wau, Syarifuddin & Herwanto (2017), perhitungan *Economic Value Added* menghasilkan 3 kemungkinan, yaitu:

1. $EVA > 0$ (positif) menyatakan bahwa keuntungan perusahaan melebihi harapan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor dan mampu menutup biaya yang timbul untuk memperoleh keuntungan tersebut, hal ini menunjukkan adanya nilai tambah ekonomis bagi perusahaan.
2. $EVA = 0$ (impas) menyatakan bahwa keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan harapan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor dan mampu menutupi biaya modal yang timbul untuk mendapatkan keuntungan tersebut.
3. $EVA < 0$ (negatif) menyatakan bahwa keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak sesuai dengan harapan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor, dan biaya-biaya tidak tertutupi, hal ini menunjukkan tidak adanya nilai tambah ekonomis bagi perusahaan.

Rumus *Economic Value Added*

$$EVA = NOPAT - (WACC \times Invested Capital) \quad (1)$$

Keterangan:

NOPAT : *Net Operating Profit After Tax*

WACC : *Weighted Average Cost of Capital*

Invested Capital : Modal yang diinvestasikan

TABEL 1. DAFTAR PERUSAHAAN DENGAN EVA POSITIF

Nama	NOPAT (Rp)	WACC	<i>Invested Capital</i> (Rp)	EVA
PT Astra Internasional Tbk.	24.785.185.299.356	9.71%	196.924.000.000.000	5.667.856.799.997
PT Unilever Indonesia Tbk.	7.099.994.014.163	42.84%	6.374.109.000.000	4.369.221.486.096
PT Bukit Asam Tbk.	4.624.431.583.201	21.47%	17.474.256.000.000	872.992.814.432
PT Multi Bintang Indonesia Tbk.	1.340.811.174.155	60.29%	1.205.964.000.000	613.700.233.253
PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	1.038.096.649.798	6.66%	8.501.256.117.000	471.601.473.089
PT Kalbe Farma Tbk.	2.480.796.200.448	15.68%	14.388.903.404.620	224.646.292.573
PT Indocement Tungal Prakarsa Tbk.	1.871.273.656.069	6.65%	25.384.652.000.000	183.410.210.628
PT Astra Agro Lestari Tbk.	2.208.895.710.975	9.07%	22.626.009.000.000	155.629.420.145
PT Timah Tbk.	651.319.621.483	7.17%	8.473.783.000.000	43.479.511.667
PP London Sumatra Indonesia Tbk.	764.831.934.879	7.84%	9.328.123.000.000	32.493.149.646

Sumber: Data diolah oleh penulis

Selanjutnya, sesuai aspek kunci yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diperoleh beberapa poin yang dapat digunakan sebagai indikator dalam menentukan keberadaan penerapan CSV dalam suatu perusahaan. Karakteristik tersebut disampaikan oleh Michael E. Porter.

Pada posisi I, perusahaan mempertimbangkan dan memperhatikan kebutuhan, produk, dan pelanggan, dengan (A) Memenuhi kebutuhan masyarakat melalui produk dan layanan dan (B) Melayani komunitas dan pelanggan yang belum terlayani / kurang terlayani

Pada posisi II, perusahaan dapat mendefinisikan ulang produktivitas dalam rantai nilai, dengan (C) memanfaatkan sumber daya, energi, pemasok, logistic, dan karyawan secara berbeda dan lebih baik.

Pada posisi III, perusahaan mampu meningkatkan lingkungan bisnis lokal dan regional dengan upaya (D) meningkatkan keterampilan, infrastruktur, basis pemasok, peraturan lingkungan, dan lembaga pendukung yang mempengaruhi bisnis, (E) Memperkuat klaster dimana perusahaan bergantung dan beroperasi.

4. Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan penghitungan nilai *EVA* yang telah dilakukan, maka terdapat 10 perusahaan yang memiliki nilai *EVA* positif sebagaimana Tabel 2.

Setelah memperoleh daftar perusahaan dengan *EVA* positif, maka dilakukan pengecekan mendalam terhadap laporan perusahaan untuk mengetahui keberadaan nilai-nilai CSV yang ada pada perusahaan dengan mengacu pada kriteria CSV.

Berikut adalah hasil dari analisa komponen CSV:

TABEL 2. PENERAPAN *CREATING SHARED VALUE* YANG DILAKUKAN OLEH PERUSAHAAN

No	Nama Perusahaan	Kode	KOMPONEN CSV				
			I		II		III
			A	B	C	D	E
1	Bukit Asam Tbk	PTBA			√	√	√
2	PT Timah Tbk	TINS			√	√	√
3	Astra Agro Lestari Tbk	AALI			√	√	√
4	PP London Sumatra Indonesia Tbk	LSIP			√	√	√
5	PT Sawit Sumbermas	SSMS			√		√

Sarana Tbk							
Indocement Tunggul							
6	Prakarsa Tbk	INTP	√		√		
7	Astra International Tbk	ASII			√	√	√
Multi Bintang							
8	Indonesia Tbk	MLBI			√		
9	Kalbe Farma Tbk	KLBF			√	√	√
Unilever Indonesia							
10	Tbk	UNVR			√	√	√

Sumber: Data diolah oleh penulis

a) PT. Bukit Asam, Tbk.

PT Bukit Asam Tbk. melakukan berbagai upaya untuk memanfaatkan energi dan sumber daya dengan lebih baik sehingga dapat meningkatkan produktivitas namun tetap memperhatikan keadaan lingkungan. Praktik pertambangan Bukit Asam berfokus pada mewujudkan Green Mining yaitu praktik pertambangan mengedepankan pelestarian lingkungan dan kepentingan masyarakat dalam proses produksi, termasuk dalam mengatasi hambatan produksi dan menyiapkan produksi untuk masa berikutnya.

Upaya untuk mengurangi konsumsi material juga dilakukan dengan daur pakai dan daur ulang limbah untuk menggantikan penggunaan material baru. Dengan berkurangnya penggunaan material baru, jumlah limbah yang ditimbulkan dapat dikurangi. Untuk mengurangi ketergantungan perusahaan pada listrik dari jaringan PLN, PT Bukit Asam Tbk. mulai mengoperasikan listrik dengan Pembangkit Listrik Tenaga Uap Mulut Tambang Tanjung Enim berkapasitas 3x10 MW.

Berkaitan dengan pengadaan listrik, PT Bukit Asam Tbk. bersama PLN serta bermitra dengan Tenaga Nasional Berhad, perusahaan listrik Negara milik Malaysia, bekerja sama untuk membangun PLTU di Indragiri Hulu, Riau, dengan kapasitas 2x600MW dimana PLTU ini akan memberikan pasokan bagi kebutuhan listrik domestik. Hal ini menjadi bukti bahwa dengan kemampuan anak bangsa, perusahaan dapat mengembangkan bisnis energi yang terintegrasi dengan bisnis batubara.

Dengan melakukan berbagai strategi sesuai konsep *Creating Shared Value*, maka PT Bukit Asam Tbk. mengalami peningkatan volume produksi areal

kelolaan yang mencapai peningkatan tingkat produksi sebesar 23,6% dibanding realisasi tahun sebelumnya.

b) PT. Timah, Tbk.

PT Timah Tbk. beroperasi secara intensif di wilayah Bangka Belitung dan Kundur di Kepulauan Riau sehingga perusahaan ikut berpartisipasi dalam meningkatkan taraf kehidupan dan kapasitas ekonomi lokal melalui proses rantai bisnis yang dijalankan. PT Timah Tbk. ikut memberdayakan 769 mitra usaha lokal yang berasal dari daerah sekitar Bangka Belitung dan Kepulauan Riau yang mampu memenuhi kebutuhan Perseroan dalam menjalankan proses bisnis yang diharapkan.

perusahaan memiliki kebijakan untuk menerima tenaga kerja lokal melalui proses seleksi sesuai dengan kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan. Tenaga kerja lokal didefinisikan sebagai tenaga kerja yang berasal dari wilayah operasional perusahaan, yaitu Provinsi Bangka Belitung dan Kepulauan Karimun serta Kundur di Provinsi Kepulauan Riau. Keberadaan kebijakan tersebut diharapkan dapat membantu menciptakan kondisi yang lebih kondusif dimana perusahaan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal dengan terciptanya lapangan kerja.

PT Timah Tbk. memiliki kebijakan penggunaan, pengendalian, pengawasan, pemantauan, dan evaluasi air secara periodik dengan pendekatan konservasi, efisiensi sumber daya air dan melakukan daur ulang. Hal ini dilakukan untuk mengatasi dampak negatif akibat penggunaan air. Inisiatif konservasi air dilakukan dengan cara pemanfaatan air hujan dan air kolam sedimen untuk operasional pendukung kegiatan produksi. Perusahaan juga menerapkan konsep *reuse*, *recycle*, dan resirkulasi air olahan limbah untuk keperluan proses pertambangan.

Dengan melakukan berbagai strategi sesuai konsep *Creating Shared Value*, PT Timah Tbk. berhasil meningkatkan kinerja yang ditandai dengan peningkatan laba bersih tahun berjalan sebesar 99,40% dibandingkan dengan tahun sebelumnya

c) PT. Astra Agro Lestari, Tbk.

Konsep *Creating Shared Value* pun diterapkan oleh perusahaan dalam pemenuhan bahan baku

produksinya. Hal ini diwujudkan oleh PT Astra Agro Lestari Tbk. melalui pemberdayaan atau kemitraan dengan petani kelapa sawit dimana perusahaan memberikan penyuluhan dan bimbingan teknis untuk melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dan berkesinambungan. Perusahaan melakukan pendampingan teknis budi daya kelapa sawit kepada petani mitra secara intensif yang bertujuan agar petani mitra dapat melakukan budi daya secara baik dan benar. Perusahaan melakukan pendampingan teknis dan teknologi untuk menjaga kualitas dan kuantitas TBS secara konsisten, selain itu juga skema pembiayaan dan bantuan pupuk (Kemitraan Pupuk) menjadi salah satu program yang sedang dikembangkan dalam upaya mendukung produktivitas kebun petani.

PT Astra Agro Lestari Tbk. juga menyadari bahwa pemangku kepentingannya tidak hanya terbatas pada para petani tetapi juga masyarakat lain disekitarnya termasuk karyawan perusahaan. Hal ini diwujudkan dengan penyediaan Poliklinik Kebun (Polibun) dengan bangunan, fasilitas serta pelayanan kesehatan preventif dengan tujuan mengurangi angka sakit dan jumlah hari kerja non efektif karyawan. Perusahaan juga memberikan beasiswa dengan ikatan dinas kepada 7 anak karyawan untuk melanjutkan pendidikan tinggi di Politeknik Manufaktur (Polman) Astra, melalui “Program Beasiswa Polman Astra”. PT Astra Agro Lestari Tbk. memperoleh penghargaan Astra Green Company Awards 2017 yang merupakan penghargaan kepada perusahaan atas penerapan produksi bersih dan pencegahan polusi juga penghargaan *The Best Indonesia Green Award 2017* yang merupakan penghargaan atas pencapaian perusahaan di bidang pengelolaan lingkungan.

PT Astra Agro Lestari Tbk. berhasil memenuhi rencana kerja sesuai dengan konsep *Creating Shared Value* dengan mencapai peningkatan pada tingkat produksi dari produksi tahun sebelumnya.

d) PP London Sumatra Indonesia Tbk.

PP London Sumatra Indonesia, Tbk. berupaya untuk

menjaga keberlanjutan produksinya dengan menyadari pentingnya kontribusi para pemasok. Perusahaan melakukan penyediaan konsultasi agronomi dan pelatihan serta menyediakan bahan-bahan baku dasar seperti pasokan benih bibit dan pupuk dengan harga terjangkau bagi para petani kelapa sawit. Akhirnya, para petani juga menerima pelatihan dari koperasi guna membantu meningkatkan kinerja keuangan mereka. Perusahaan juga berupaya untuk mencapai sertifikasi RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*). RSPO adalah asosiasi yang terdiri dari berbagai organisasi sektor industri kelapa sawit (perkebunan, pemrosesan, distributor, industri manufaktur, investor, akademisi, dan LSM bidang lingkungan) yang bertujuan mengembangkan dan mengimplementasikan standar global untuk produksi minyak sawit berkelanjutan.

Perusahaan berupaya untuk meningkatkan kepedulian terhadap penggunaan energi yang efisien dan ramah lingkungan. Hal ini diwujudkan oleh perusahaan dengan mulai memberikan pelatihan kepada para manajer yang berkaitan dengan penggunaan energi mengenai standar ISO 50001. Secara lebih lanjut, konsumsi energi pengolahan TBS di pabrik kelapa sawit PP London Sumatra Indonesia Tbk. turun menjadi 3,36 GJoule/ton di tahun 2017 dimana penggunaan energi tidak terbarukan dalam perusahaan diganti dengan energi terbarukan. Perusahaan juga telah menghentikan pembelian Parakuat di seluruh perkebunan dan menggantinya dengan pemanfaatan hewan seperti burung hantu untuk mengendalikan hama tikus yang dapat mengganggu perkebunan. Hal ini dilakukan dalam rangka mematuhi peraturan pemerintah (Komite Pestisida) tentang pembatasan penggunaan pestisida.

Terkait dengan penggunaan air, perkebunan perusahaan sepenuhnya tergantung pada air hujan sedangkan 83% penggunaan air di pabrik kelapa sawit berasal dari sungai. Kebutuhan air untuk perkantoran dan akomodasi di unit juga berasal dari air hujan. Hal ini bertujuan untuk menjamin ketersediaan air bagi perusahaan tanpa

mengeksplorasi sumber air yang dapat digunakan oleh masyarakat.

e) PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk.

PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk. bermitra dengan para petani plasma sebagai pemasok bagi kebutuhan produksi perusahaan. Perusahaan telah mendampingi kegiatan produksi pada lahan petani plasma sebesar 9.982,58 ha yang akan mempengaruhi tingkat produksi perusahaan dan sebanyak 3.759 petani plasma menjadi mitra perusahaan.

Perusahaan mengembangkan inovasi baru guna mengurangi penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang merupakan energi tak terbarukan di seluruh Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Perusahaan mengembangkan penggunaan limbah yang berasal dari sisa pengolahan kelapa sawit yang senantiasa tersedia. Inovasi tersebut tidak terlepas dari komitmen untuk senantiasa menerapkan konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*). Limbah cair dari pabrik diproses dengan menggunakan bakteri yang kemudian akan didistribusikan kembali ke perkebunan sebagai pupuk. Limbah serat dan inti sawit dikirim ke Program Integrasi Sawit – Sapi sebagai bagian dari pakan sapi.

Perusahaan menggunakan air tanah dan air sungai untuk proses pembibitan dan penanaman kelapa sawit. Untuk keperluan yang lain sebagai sarana pendukung proses penanaman kelapa sawit, perusahaan menggunakan air hujan dari cekungan-cekungan yang telah dibuat untuk menampung air hujan. Pengelolaan sumber air tanah dilakukan dengan metode konservasi sumber-sumber air dan mengelola air tanah menggunakan konsep mengurangi penggunaan (*Reduce*) dan memanfaatkan kembali (*Reuse*).

Dengan melakukan berbagai strategi sesuai konsep *Creating Shared Value*, PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk. berhasil meningkatkan kinerja yang mencapai 1,3 juta ton tandan buah segar (TBS) atau melampaui target yang ditetapkan.

f) PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.

PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. memahami

kebutuhan konsumen yang kemudian akan menjadi landasan bagi kegiatan penelitian dan pengembangan perusahaan untuk menghasilkan inovasi “produk hijau” yang bermutu, kokoh, dan ramah lingkungan. Hasil inovasi produk terbaru PT Indocement Tungal Prakarsa Tbk. adalah *slag cement (TR Superslag Cement)* dan *Portland Pozolan Cement* (Semen Rajawali). Produk ini menekan emisi karbon (CO₂) ke udara sebesar 339,80 Kg/ton atau 55,78%. Dengan inovasi yang dilakukan, perusahaan telah mengembangkan bisnisnya dengan peluncuran produk baru yang dapat menjawab kebutuhan konsumen akan produk yang ramah lingkungan.

Perusahaan berupaya menekan penggunaan bahan bakar fosil melalui penggunaan bahan bakar alternatif dari limbah B3 dan non-B3 serta biomassa. Pemanfaatan bahan bakar alternatif dari limbah B3 dan non-B3 sebesar 1,03% dari total penggunaan bahan bakar dimana upaya ini berdampak positif terhadap pengurangan beban energi sebagai komponen besar dari biaya variabel Perseroan. Indocement adalah perusahaan pertama di Asia Tenggara yang menerima *Certified Emission Reductions* (CER) untuk proyek bahan bakar alternatif di tahun 2008.

Air bekas pakai dari proses produksi diolah melalui mekanisme daur ulang dengan sistem sirkulasi tertutup untuk kegiatan pendinginan mesin produksi. Dengan demikian seluruh air bekas industri dimanfaatkan kembali dengan sistem *Zero Discharge*. Hal ini membawa manfaat dimana seluruh kompleks pabrik kini memiliki ketersediaan sumber air yang terjaga untuk menghadapi kondisi kekeringan, termasuk bagi kebutuhan masyarakat bila diperlukan.

Penerapan *Creating Shared Value* yang dilakukan oleh perusahaan telah membantu perusahaan meraih beragam penghargaan dan menjadi pendiri dari *Green Product Council Indonesia* (GPCI) yaitu sebuah asosiasi yang aktif untuk mendorong inovasi produk berkelanjutan.

g) PT Astra Internasional Tbk.

Budaya efisiensi telah dilakukan perusahaan untuk memperoleh manfaat yang berkelanjutan. Perolehan manfaat secara berkelanjutan dilakukan oleh perusahaan melalui penerapan *Creating Shared Value*. Dengan pendekatan *Creating Shared Value*, UMKM dapat tumbuh dan mandiri serta perusahaan juga dapat mengembangkan jaringan pasokannya. Pemberdayaan dilakukan terhadap UMKM terutama yang sesuai dengan rantai bisnis PT Astra Internasional Tbk. seperti fabrikasi, bengkel, dan lain-lain

Perusahaan juga melakukan program Astra Untuk Indonesia Kreatif yang merupakan program kewirausahaan yang ditujukan untuk menumbuhkan usaha-usaha produktif dan kemandirian masyarakat. Program Astra Untuk Indonesia Kreatif meliputi pembinaan dan apresiasi UMKM melalui Asosiasi Pelaku Usaha Kecil Binaan Astra (AKU BISA) serta pengembangan usaha generasi muda melalui *Astra Start-Up Challenge*.

Perusahaan telah melakukan pembinaan terhadap lebih dari 2000 SMK di seluruh Indonesia. Perusahaan juga memberikan beasiswa kepada mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya dan memberikan kesempatan untuk magang dan bekerja di perusahaan.

Efisiensi sumber daya alam, energi, dan penurunan gas rumah kaca juga dilakukan oleh PT Astra Internasional Tbk. Hal ini diwujudkan dengan memanfaatkan tenaga surya untuk operasi alat-alat pendukung kegiatan perusahaan, seperti *mobile tower*, lampu penerangan jalan, rambu lalu lintas, dan beberapa *control room*. Efisiensi ini membawa manfaat berupa penghematan penggunaan bahan bakar solar sebesar 72,6 juta liter dan menghasilkan penghematan sebesar Rp 580.64 miliar.

Strategi sesuai konsep *Creating Shared Value*, PT Astra Internasional Tbk. berhasil meningkatkan kinerja yang ditandai dengan pertumbuhan pada hampir semua lini bisnis perusahaan. Pendapatan bersih mengalami peningkatan lebih dari 10% dibanding tahun sebelumnya. Laba bersih perusahaan juga mengalami peningkatan sebesar 25%.

h) PT Multi Bintang Indonesia Tbk

PT Multi Bintang Indonesia Tbk. berkolaborasi dengan Organisasi Pengembangan Industri PBB (UNIDO) untuk membangun kemitraan publik-swasta dimana semua pemangku kepentingan turut ambil bagian dalam memastikan ketersediaan air berkualitas untuk masyarakat dan industri di daerah tersebut. Fokus utama program pelestarian air perusahaan adalah efisiensi air serta perlindungan dan penyeimbangan sumber daya air. Efisiensi air dilakukan dalam proses produksi dan sisa rantai pasokan di kedua pabrik pengolahan produksi PT Multi Bintang Indonesia Tbk, sedangkan perlindungan sumber daya air dilakukan untuk menjaga kualitas air bagi masyarakat sekitar. Metode yang dilakukan Metode TPM (*Total Productive Maintenance*) dimana air yang telah digunakan oleh perusahaan dapat kembali ke ekosistem dengan kondisi baik.

Dalam mendukung upaya perusahaan beroperasi secara ramah lingkungan, PT Multi Bintang Indonesia Tbk. telah menerapkan pendistribusian botol bekas pakai agar dikembalikan ke pabrik dan digunakan kembali untuk produksi selanjutnya. Perusahaan menerima pengembalian botol dari distributor dan rekanan resmi. Di pabrik, botol bekas pakai ini akan dicuci dan disterilkan hingga standar dan kualitasnya sama seperti baru. Penerapan sistem ini mendorong penghematan dalam proses produksi dan mendukung kontribusi perusahaan bagi lingkungan.

i) PT Kalbe Farma Tbk.

PT Kalbe Farma Tbk. telah memulai program pembinaan bagi petani jahe merah. Program ini merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat strategis untuk meningkatkan ekonomi bagi petani, dan untuk mendukung pasokan jahe merah yang dibutuhkan sebagai bahan baku untuk produk perusahaan. Para petani ini telah dibina dan dilatih untuk menghasilkan jahe merah yang berkualitas baik sebagai bahan baku untuk produk perusahaan. Perusahaan akan terus melanjutkan inisiatif ini untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

sejalan dengan penciptaan nilai-nilai bersama atau *Creating Shared Value*. Selanjutnya, PT Kalbe Farma Tbk. juga melibatkan rantai pasokannya dalam meningkatkan kinerja keberlanjutannya di masa depan. Perusahaan akan mengembangkan kompetensi mitra untuk membantu meningkatkan produktivitas dan mendukung kelestarian lingkungan.

Dalam kegiatan produksinya, PT Kalbe Farma Tbk. berusaha untuk meningkatkan efisiensinya dan juga menjaga kelestarian lingkungan. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan efisiensi konsumsi energi selama proses produksi.

PT Kalbe Farma Tbk. berhasil memenuhi rencana kerja sesuai dengan konsep *Creating Shared Value*. Perusahaan telah mencapai peningkatan 4,2% dalam penjualan bersih. Pencapaian ini didukung oleh serangkaian rantai pasokan yang mempertahankan kualitas, harga, ketepatan waktu dan pengiriman, dan dengan demikian mengamankan produk dan layanan berkualitas. Perusahaan mencapai 61% kualitas pemasok berdasarkan kriteria keunggulan, yang berarti sangat baik. Perusahaan juga mencapai kenaikan Laba bersih setelah pajak sebesar 4,5%. Hal ini membuktikan bahwa unsur keberlanjutan yang diupayakan oleh perusahaan melalui penerapan *Creating Shared Value* juga memiliki dampak ekonomi yang positif bagi perusahaan itu sendiri.

j) PT Unilever Indonesia Tbk.

Unilever telah meluncurkan suatu gerakan bertajuk *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) sebagai strategi untuk terus mengembangkan bisnisnya seraya mengurangi setengah dampak lingkungan yang ditimbulkan dan meningkatkan manfaat sosial bagi masyarakat. USLP memiliki 3 tujuan utama, yaitu membantu lebih dari 1 miliar orang untuk meningkatkan kesehatan mereka pada tahun 2020, mengurangi jejak lingkungan dari pembuatan dan penggunaan produk Unilever hingga separuhnya pada tahun 2030, serta meningkatkan penghidupan jutaan orang yang berada dalam rantai nilai perusahaan pada tahun 2020. Perusahaan

memberikan edukasi mengenai praktik pertanian yang berkelanjutan kepada para petani kecil di Indonesia, agar dapat menghasilkan panen yang bermutu tinggi dengan cara yang bersahabat dengan lingkungan.

Perusahaan memberikan pembinaan, pendanaan, dan pendampingan teknis pekebun swadaya dengan enam modul pelatihan antara lain untuk pembentukan *Internal Control System* (ICS) untuk para petani dan penerapan Praktik Pertanian yang Baik (*Good Agricultural Practices / GAP*) agar dapat meningkatkan produktivitas, menaikkan pendapatan, dan mempermudah petani mendapatkan sertifikasi kelapa sawit yang berkelanjutan.

PT Unilever Indonesia Tbk. juga memperkuat komitmen untuk para petani kedelai hitam untuk mencapai target memasok 100% kedelai hitam dari sumber yang berkelanjutan pada tahun 2020. Untuk mencapai target tersebut, perusahaan menerapkan inisiatif *Unilever Sustainable Agriculture Code* (USAC) dalam pengadaan kedelai hitam. USAC adalah metode verifikasi independen yang memberikan panduan kepada para petani tentang penerapan praktik-praktik pertanian berkelanjutan dan memantau para petani serta melakukan sosialisasi yang dibantu oleh para ahli dari perguruan tinggi.

Petani juga memperoleh bantuan finansial dan keuangan melalui koperasi petani untuk merevitalisasi kebun serta sarana membuat gula kelapa. Program pembinaan oleh Unilever mencakup petani kedelai hitam dan gula kelapa yang menjadi kunci pemasok lokal untuk pabrik kecap berkualitas, Bango. PT Unilever Indonesia Tbk. adalah pelopor di industri gula kelapa Indonesia dan Asia Tenggara, yang melakukan inisiatif pengembangan untuk mengamankan pasokan gula kelapa untuk jangka menengah dan panjang.

Upaya konservasi air dilakukan dengan pendekatan pencegahan deforestasi dan penerapan pola pertanian yang baik agar sumber air dapat dilestarikan, pemakaian air dapat efisien, dan panen tetap produktif. Perusahaan juga telah menerapkan

zero waste to landfill, di mana semua limbah padat non B3 digunakan kembali, didaur ulang, dijadikan kompos atau dibuang dengan cara lain yang ramah lingkungan. Unilever bekerja sama dengan pemasok untuk mengubah kemasan pengiriman agar bisa dikembalikan dan dipergunakan kembali. Melalui *Unilever Sustainable Living Plan*, secara global Unilever telah menetapkan target untuk mengurangi setengah dampak lingkungan yang ditimbulkan dari pembuatan dan penggunaan produk seraya menumbuhkan bisnis.

Dengan melakukan berbagai strategi sesuai konsep *Creating Shared Value*, PT Unilever Indonesia Tbk. berhasil meningkatkan kinerja yang ditandai dengan pertumbuhan penjualan dan mencatatkan laba bersih naik 9,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Sedangkan untuk penjualan bersih meningkat sebesar 2,9% jika dibandingkan tahun sebelumnya. Dari sisi penggunaan energi, perusahaan mencapai 29,96% penurunan intensitas energi dan 32,38% penurunan intensitas air. Hal ini membuktikan bahwa unsur keberlanjutan yang diterapkan oleh perusahaan melalui *Creating Shared Value* juga memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan analisis diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi peran CSV sebagai bentuk strategi perusahaan sebagai berikut:

1. Meningkatkan keunggulan perusahaan. Melalui CSV, perusahaan menerapkan kebijakan dan strategi operasi yang akan meningkatkan daya saing perusahaan serta memajukan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. Dengan kata lain, CSV merupakan suatu langkah baru yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan dan keunggulan ekonomi. Dengan memperhatikan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat, maka diharapkan akan terpenuhi juga kebutuhan perusahaan dari masyarakat yang kemudian akan meningkatkan produktivitas perusahaan.
2. Meningkatkan kluster tempat perusahaan

beroperasi. Melalui CSV, perusahaan dapat meningkatkan taraf hidup klaster tempat perusahaan tersebut beroperasi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan infrastruktur, keterampilan, bahkan pendidikan masyarakat di area sosial yang terkena dampak dari keberadaan operasi perusahaan. Tetapi CSV tidak hanya terbatas pada peningkatan taraf hidup masyarakat sekitar, namun, hal-hal yang dilakukan oleh perusahaan juga harus tetap memberikan dampak positif dan manfaat yang dapat dirasakan oleh perusahaan itu sendiri. Seperti adanya inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengembangkan produk usahanya dan melibatkan masyarakat dalam proses tersebut yang pada akhirnya dapat menciptakan sumber pendapatan bagi kelompok masyarakat tersebut.

3. Merupakan sarana untuk menginvestasikan aset perusahaan. Melalui CSV, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat dapat digunakan sebagai sarana perusahaan untuk menginvestasikan asetnya yang kemudian akan menghasilkan pengembalian atau manfaat bagi perusahaan tersebut.

Penciptaan nilai bersama berfokus pada identifikasi dan perluasan hubungan antara kemasyarakatan dan kemajuan ekonomi. Nilai bersama (*shared value*) diharapkan akan lebih berkelanjutan dibandingkan dengan kegiatan yang hanya terbatas pada pemberian bantuan sosial. Strategi yang baik dapat mendukung keberlanjutan usaha dimana perusahaan akan berlangsung dalam jangka yang panjang. Dalam kegiatan produksi perusahaan, penerapan CSV dapat memberikan pasokan yang berkualitas bagi kebutuhan perusahaan dan menyediakan tenaga kerja yang dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Melalui pelatihan dan kemitraan dengan masyarakat sekitar, maka ketersediaan pemenuhan kebutuhan perusahaan akan terjamin dimana perusahaan dapat memantau setiap pergerakan penyediaan pasokan mulai dari proses awal sampai akhir penyediaannya. Penerapan CSV juga merupakan bentuk kesadaran bahwa perusahaan bukanlah satu-satunya pihak yang dapat terlibat dalam kegiatan operasionalnya. Melalui

penerapan CSV, perusahaan juga diharapkan akan memperoleh nilai tambah secara ekonomis yang merupakan faktor penting penggerak perusahaan. Dengan demikian, CSV dapat menjadi suatu strategi untuk mencapai keberlanjutan usaha di masa yang akan datang.

Konsep EVA merupakan suatu konsep pengukuran kinerja keuangan yang berfokus pada penciptaan nilai perusahaan dimana konsep ini akan mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya yang akan dikatakan berhasil memperoleh nilai tambah apabila didapatkan hasil EVA yang positif. Dalam hal ini, perusahaan telah memperoleh tingkat penghasilan yang mampu melebihi tingkat biaya modalnya. EVA akan memberikan dorongan kepada manajemen lebih fokus pada aktivitas yang dapat menambah nilai perusahaan dengan mengurangi aktivitas yang tidak menambah nilai. Dengan demikian, manajemen akan merancang strategi perusahaan yang tentunya juga akan memberikan nilai tambah dan manfaat bagi perusahaan tersebut.

Konsep CSV merupakan strategi bisnis yang memberikan penekanan terhadap pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan. Berdasarkan konsep CSV, tujuan dari suatu perusahaan melakukan bisnisnya adalah untuk menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan tersebut dan secara bersamaan menciptakan nilai yang dapat dibagikan kepada masyarakat. CSV memberikan penekanan bahwa keterlibatan sosial harus memberikan manfaat secara ekonomi bagi perusahaan yang dapat diwujudkan melalui analisis strategis. Dengan menerapkan konsep ini, perusahaan akan merancang kebijakan dan strategi operasi yang meningkatkan daya saing perusahaan serta secara bersamaan memajukan kondisi ekonomi dan sosial di masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Sebagaimana dinyatakan oleh Hsiao dan Chuang (2015), bahwa dengan menghubungkan upaya pencapaian kesuksesan perusahaan yang lebih baik melalui peningkatan sosial, *Creating Shared Value* dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan

diferensiasi, dan memperluas pasar yang mungkin 3. diraih oleh perusahaan. Sehingga dengan adanya *Creating Shared Value*, dapat menjadi strategi manajemen yang berfokus pada identifikasi dan memperluas hubungan antara kemasyarakatan dan kemajuan ekonomi dengan mengatasi masalah sosial yang bersinggungan dengan bisnis. (Scagneli dan Cizi, 2014).

Konsep *EVA* akan memberikan gambaran adanya nilai tambah secara ekonomis dari kegiatan yang dilakukan 1. oleh perusahaan. Oleh karena itu, jika kedua konsep tersebut dikaitkan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan yang memiliki nilai *EVA* positif berarti bahwa perusahaan tersebut telah memperoleh nilai tambah ekonomi dari strategi yang dijalankannya dan 2. hal ini sejalan dengan konsep *CSV* yang menekankan pada adanya manfaat dan nilai tambah yang diperoleh perusahaan melalui kegiatan dan strategi yang dilakukannya. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Porter dan Kramer (2011) dalam Wojcik (2016) bahwa inti dari konsep *shared value* adalah melibatkan penciptaan nilai tambah ekonomi melalui cara yang secara bersamaan juga menciptakan nilai bagi masyarakat dengan memenuhi kebutuhan dan tantangan yang ada dalam masyarakat.

Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis data dan interpretasi serta meninjau kembali rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perusahaan yang memiliki nilai *EVA* mayoritas juga melakukan kegiatannya sesuai dengan konsep *CSV*. Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki nilai tambah secara ekonomis (diukur dengan *EVA*) juga memiliki nilai-nilai *CSV* dalam pelaksanaan strategi bisnisnya.
2. *CSV* dapat memberikan peran yang dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan serta memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. *CSV* juga dapat menjadi sarana investasi aset perusahaan yang akan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Dengan menerapkan *CSV* dalam strategi bisnisnya, perusahaan telah menyadari bahwa strategi bisnis yang juga memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat tidak membawa dampak negatif bagi perusahaan melainkan dapat juga memberikan dampak positif secara ekonomis.

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah disampaikan, maka penulis merekomendasikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan yang ada di Indonesia, agar mulai menerapkan konsep *CSV* dalam strategi bisnisnya. Dimana konsep ini tidak terbatas pada kebaikan perusahaan bagi lingkungannya tetapi juga menciptakan manfaat bersama.
2. Untuk peneliti selanjutnya, agar menambah berbagai sumber yang dapat digunakan sebagai indikator untuk mengetahui keberadaan penerapan *Creating Shared Value* dalam perusahaan.

References

- A. Anshory, M., & Fitriana, A. V. (2018). Pendekatan Economic Value Added untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, Vol. 3(Nomor 1), p35-44, 2018.
- B. Awale, R., & Rowlinson, S. (2014). A Conceptual Framework for Achieving Firm Competitiveness in Construction: A 'Creating Shared Value' (CSV) Concept. Procs 30th Annual ARCOM Conference (pp. p1285-1294). Porstmouth: Association of Researchers in Construction Management, 2014.
- C. Dongmin, L., Junghoon, M., Jongpyo, C., Goo, K. H., & Jaeseok, J. From Corporate Social Responsibility to Creating Shared Value with Suppliers Through Mutual Firm Foundation in the Korean Bakery Industry : a Case Study of SPC Group. *Asia Pacific Business Review*, Vol. 20(Nomor 3), p461-483, 2014.
- D. Hsiao, T. Y., & Chuang, C. M. "Creating Shared Value Through Implementing Green Practices for Star Hotels". *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, p1-19, 2015

- E. Lichtenthaler, UShared Value Innovation: Linking Competitiveness and Societal Goals in the Context of Digital Transformation. *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol. 14(Nomor 4), p1-14, 2017.
- F. Moore, C. Corporate Social Responsibility and Creating Shared Value : What's the Difference. Heifer International, 2014.
- G. Ratnawati, A., & Sinardjadi, I. "Analisis Struktur Modal, Tingkat Pertumbuhan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Tambah Ekonomi". *Jurnal Akuntansi Riset*, Vol. 7(Nomor 1), p13-28, 2015.
- H. Senevirathna, P. Creating Shared Value Through Partnerships in Agricultural Production in Sri Lanka. *Geoforum*, Vol. 90, p219-222, 2018.
- I. Scagnelli, S. D., & Cisi, M. "Approaches to Shared Value Creation : CSR 2.0 or Something More? Insights and Issues about the New Sustainability Perspective". *Business and Economics Journal*, Vol. 5(Nomor 2), p1-3, 2014.
- J. Schulz, S. A., & Flanigan, R. L. "Developing Competitive Advantage Using the Triple Bottom Line: A Conceptual Framework". *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 31(Iss 4), 2016.
- K. Soewito, & Kusumawati, A. "Pengukuran Kinerja Keuangan dengan Pendekatan Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Sebelum dan Setelah Merger pada Perusahaan Go-Public yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2012". *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol. 9 (Nomor 2), p1-9, 2017.
- L. Sulistyawati, A. I., Surjanti, R. L., & Triyani, D. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Keuangan dan Determinasinya". *Seminar Nasional IENACO*, p467-475, 2016.
- M. Wau, R., Syarifuddin, A., & Herwanto, R. "Analisis Perbandingan Economic Value Added (EVA) dan Return on Investment (ROI) dalam Menilai Kinerja Keuangan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Journal of Business Studies*, Vol. 2 (Nomor 1), p99-110.,2017.
- N. Wojcik, P. "How Creating Shared Value Differs From Corporate Social Responsibility". *Jouurnal of Management and Business Administration*, Vol. 24(Nomor 2), p32-55, 2016.
- O. Yoga, I. K., Sunaryo, & Wardani, Y. K. "Implementasi Konsep *Creating Shared Value* (CSV) sebagai Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Peningkatan Kesejahteraan Stakeholder". *Pactum Law Journal*, Vol. 1 (Nomor 3), p258-271, 2018.